

青年群体在多元社交媒体上的形象呈现研究

袁小宇

上海大学新闻传播学院, 上海

收稿日期: 2025年2月7日; 录用日期: 2025年3月5日; 发布日期: 2025年3月13日

摘要

社交媒体的开放性与多样化,吸引了成千上万的用户。青年群体作为社交媒体用户的主要构成部分,根据自己的需求选择平台,同时活跃在不同的社交平台上,进行自我形象的构建与呈现。通过深度访谈,本文发现青年群体不仅同时栖息于多个社交平台,扮演不同角色,而且会根据“观众”的亲密度进行划分,呈现出不同的形象特征。他们在进行印象管理的同时,也会受到他者的关注与监视,形象转变成难题。与此同时,长期的平台摇摆行为,也会让用户疲于社交,产生形象危机。在这一过程中,青年群体不断进行着交往方式的调整,以适应不断变化的社会交往,实现自我需求的满足。

关键词

角色扮演, 自我呈现, 社交媒体, 平台摇摆

A Study on the Image Presentation of Youth Groups on Diverse Social Media Platforms

Xiaoyu Yuan

School of Journalism and Communication, Shanghai University, Shanghai

Received: Feb. 7th, 2025; accepted: Mar. 5th, 2025; published: Mar. 13th, 2025

Abstract

The openness and diversity of social media have attracted millions of users. As the main component of social media users, the youth group selects platforms based on their own needs and is active on different social platforms to construct and present their self-images. Through in-depth interviews, this paper finds that the youth group not only inhabits multiple social media platforms simultaneously and plays different roles, but also divides “audiences” according to their closeness levels, presenting different image characteristics. While managing their impressions, they are also subject to the attention and surveillance of others, making image transformation a challenge. At the same time, long-term platform shifting behavior can make users tired of socializing and lead to image crises. In

this process, the youth group constantly adjusts their communication methods to adapt to the changing social interactions and meet their own needs.

Keywords

Role Playing, Self-Presentation, Social Media, Platform Shifting

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网基础建设的全面覆盖,使得互联网普及率大幅提升,上网、使用手机已经成为了人们生活的一部分,社交媒体也成为人际交往的主要渠道。QQ、微信作为传统的社交工具依旧在扩展自己的功能,吸引用户群体,与此同时,新形式的社交软件也不断涌现、更新、发展。在多元社交媒体环境下,用户拥有了更大的选择权去挑选符合自己需求的社交软件,同时使用多个社交软件的现象也成为了一种常态。青年群体作为社交媒体使用者的主力军,常年活跃在各种社交平台上,多平台栖息已经成为他们使用社交平台的习惯。青年群体在不同平台之间的摇摆,有着确切的行为动机,其中一个主要的动机是呈现自我形象。他们在多元社交媒体上扮演形象各异的角色,维持他们在不同人群中的单一形象展示。本文主要分析栖息于多平台上的青年用户群体的形象呈现,探究他们扮演不同角色、塑造多个形象的原因,以及这种形象呈现对青年群体带来的现实影响。

2. 文献综述

2.1. 平台摇摆相关研究

随着互联网与电子通讯技术的不断发展,用户使用多个平台已经成为一种日常的行为举止。在众多平台的参与中,用户会出现迁徙行为与摇摆行为。平台迁徙是指用户从一个平台转换到另外一个平台,不再使用前一个平台;而平台摇摆是指用户同时在多个平台栖息、活跃,不会因为使用某一个平台而放弃其他平台。社交平台的多元化促使用户可以依据平台特征选择不同平台展现自己,平台社交变得更自由。2019年Edson等人在《Journal of Computer-Mediated Communication》杂志上发了篇论文,题为《在多种社交媒体下的平台摇摆:用户如何以及为什么浏览多个社交平台》,沿着格尔森“意识形态”的说法,进一步提出了一个新概念——平台摇摆(platform swinging)[1],通过平台摇摆,用户可以将不同类型的社会关系分配到不同的社交媒体平台中,面对不同的社交关系,采取可塑性的印象管理策略,从而得到自我呈现的满足。

国内现有的社交媒体使用研究大多聚焦于单个平台或者两个平台之间的比较,研究复媒体环境中的社交媒体使用研究并不是很多。董承宇等人以中国留学生为考察对象,研究他们对不同社交媒体的分配性使用行为,以及社交媒体使用行为在自我身份条件下所受到的影响[2]。李媛媛以复媒体环境为背景,讨论了大学生群体存在的平台摇摆行为与动机,探析了青年人自我形象构建和社会交往的特点与逻辑,较为详细地描绘了青年人在社交媒体上的“数字化生存”[3]。

2.2. 自我呈现相关研究

“自我呈现”来源于20世纪20、30年代的“符号互动论”,库利在《人类本性与社会秩序》一书

中赋予互动中产生的“自我”一个形象的称谓——“镜中我”，包括自己想象自己在他人对自己的认识，自己想象的他人对自己的评价以及由上述两种想象引发出的情感三个部分。米德则把自我区分为“主观我”和“客观我”。主观我是互动过程中的客观我在个体意识中的反映；客观我则是主观我在互动过程中寻求的对象[4]。对社会行为的这种理解，在戈夫曼的自我呈现研究中得到充分的发挥和扩大，将米德等人的符号互动论放到日常生活的自我呈现的微观分析中，描绘人们在“舞台”上的“表演”。

从研究理论看，大部分研究都将戈夫曼的拟剧理论作为研究视角。周源源通过描述大学生在微信上的使用行为，分析其自我呈现的机理及意义，提出了高校教育的一些方法[5]。王长潇、刘瑞一借助戈夫曼拟剧理论中前区与后区的相关论述，对比了用户的视频分享行为(前区)与现实(后区)的个人形象，针对视频分享中的角色扮演与个人后区的角色伤害进行了研究[6]。在其他研究视角方面，翁旭东、姜侃从传播政治经济学视角出发，聚焦数字平台上用户的展演劳动以及以自我呈现为目的的劳动化过程[7]。以社会互动理论为基础，薛可等人分析网络空间中自我呈现的不同表现形态，探讨性别、学历、网络卷入度、自我呈现维度与公共参与行为的影响关系[4]。

从研究内容看，相关文献主要根据社交媒体用户自我呈现的方式、动机、特征等方面进行探索。国内主要围绕微博、短视频、微信等社交媒体，国外围绕集中在 Facebook 等美国主流平台之上，探究互联网自我呈现研究。Sophie F Waterloo 等人分析了用户在 Facebook、Twitter、Instagram、WhatsApp 四个平台上的在线情绪表达，探讨了社交媒体上表达情绪的规范[8]。廖圣清、李梦琦则从自我呈现的理论视角出发，将转发行为视作一种人际关系沟通的方式，研究关系强度对用户转发意愿的影响，并考察自我呈现动机的调节作用[9]。

青年用户在多个平台之间栖息时，为什么要扮演不同的角色，呈现不同的形象？呈现的形象又是怎样的？为了探究其动机及表现，本研究聚焦于活跃在多个社交媒体的青年用户，通过深度访谈，了解他们日常使用社交媒体时的状态，分析他们在不同平台上的角色扮演行为与形象呈现特征。

3. 研究方法

Table 1. Basic information of interviewee
表 1. 访谈对象基本信息

访谈对象	性别	年龄	职业	访谈方式
F01	女	19	本科生	QQ 语音
F02	男	28	教育工作者	QQ 语音
F03	女	25	研究生	QQ 语音
F04	女	23	失业	微信文字访谈
F05	女	23	研究生	腾讯会议语音
F06	女	22	本科生	腾讯会议语音
F07	男	27	IT 行业从业者	QQ 语音
F08	女	22	新媒体运营人员	腾讯会议语音
F09	女	20	本科生	腾讯会议语音

为了探讨青年群体在多平台摇摆行为中呈现的自我形象与角色扮演，本论文采用了一种定性的研究方法——深度访谈，考察其具体的形象塑造，并分析其形象塑造的动机与维持的动力。深度访谈分为结构化访谈、非结构访谈和半结构访谈。本论文采用了半结构式的采访，以“滚雪球”的形式进行，认识了

9 位青年用户并将他们作为受访对象(见表 1)。参照拟定的访谈大纲,通过线上语音、文字聊天的方式,访谈了 9 位长期活跃在社交平台的受访者,在访谈中根据受访者的叙述内容深入挖掘,询问细节,随时进行灵活调整,以便获取第一手的真实资料,对所收集的信息进行整理与分析。

4. 多元社交媒体:角色扮演的“新舞台”

著名社会心理学家亚伯拉罕·马斯洛把人们的需求由较低到较高层次分成生理需求、安全需求、社交需求、自尊需求和自我实现需求[10]。在互联网出现之前,人们需要“亲身到场”进行社会交往,实现社交需求与自我实现需求。戈夫曼的“拟剧理论”正是基于现实场地交往的探讨。但在复媒体环境下,“前台”与“后台”的界限逐渐变得模糊,人们的社会交往除了在现实语境之中,也更多地转移到了虚拟社交平台。随着互联网技术的发展,社交平台的种类与功能也变得丰富起来,成功吸引了大批用户。平台之间既有差异也有互通之处,譬如微信可以直接登录微博、知乎等平台,豆瓣的动态可以一键分享到微信朋友圈。社交平台的互联互通使得用户可以更方便地实现各平台的切换,自主选择不同的平台发布信息。

此外,由于社交平台的垂直化与细分化,每个平台的用户,既有重叠又有区分。内容型的社交平台更是通过对内容的发布与控制,细分领域,精准定位目标用户,挖掘新的流量增长点。用户在使用社交媒体时,根据不同的社交需求与自我实现需求,会同时使用多个平台。尽管这些社交媒体平台的功能有所重叠,但用户还是将它们与特定的功能联系在一起,随时从一个平台摇摆到另一个平台,通过不同的社交“舞台”,扮演不同的角色,同时进行印象管理,展现与平台属性以及自我定位相符合的形象。

5. 复数人设呈现:青年用户的形象塑造

基于社交平台的特性以及青年用户对自身的印象管理,在社交媒体这一舞台上,青年用户扮演着不同的角色。他们根据亲密程度对“观众”进行等级划分,以便呈现不同的形象特征,避免角色崩溃。社会交往的过程中,青年用户不免地暴露出自己的一些个人信息,每个平台的信息暴露程度不同,但由于平台之间的互联互通,人们往往能够根据某一个平台发现用户在其它平台上的账号,用户的印象管理可能因此受到破坏,更多人的监视带来的更多社交行为的控制,以及用户对于自我隐私边界的让渡。

5.1. 角色扮演的行为

角色一词来源于戏剧表演,是指演员在舞台上按照剧本的规定所扮演的某一特定人物的专业术语。在社交媒体时代,用户的爱好与兴趣较为广泛,单一平台无法满足他们的日常社交行为与心理需求。多平台使用已经成为了他们现实生活中的一个日常行为。作为社交媒体使用主力军的青年用户,更是频繁地活跃在不同类型的社交平台上,通过发动态、点赞、评论、私信等互动模式表达自己的观点,在不同的“观众”面前扮演不同的形象,进行自我展演。社交平台是他们的表演舞台,通过互动进行表演,呈现给外界自己想要展示的理想模样。

访谈发现,青年用户在使用社交媒体时,会通过发布特定类型的内容与信息,向外界展示一种较为固定、静态的形象,对于一些影响他人对自己印象的内容会选择不发或者删除。对于不同的人群,也会进行分类管理,给每个人贴上标签,来维持自己在不同受众心中的理想形象。这种贴标签的行为,较为明显的方式便是在微信、QQ 上的分组,同事、学生、同学、老师、家人、朋友、陌生人、代购……青年用户基于不同的分组,在平台选择性地呈现内容。

这种对发布内容的考量与斟酌,发布文字、图片、视频等信息时的编辑与剪辑,实际上是一种印象管理。在戈夫曼看来,人们总是试图使别人积极看待自己的努力,即获得性印象管理,而尽可能弱化自

己的不足或避免使别人消极地看待自己的防御性措施,即保护性印象管理。因此,在印象管理的过程中,表演者总是希望能通过不同的表演控制观众的态度和看法,通过有选择地突出某些信息、掩饰另一些信息,以在观众面前呈现理想化的形象。青年用户作为表演者,成为了自己扮演自己的“演员”,他们面对不同内容、不同好友、不同平台的时候,会呈现出不同的人设,向不同的观众展演不同的自己。

5.2. 关系等级的划分

青年用户在使用社交媒体进行交友,会划分亲密等级,根据亲密等级呈现自己的形象。其中,最高等级是自我,面对无法在社交平台上发表的心理动态,无论平台的隐私制度有多么完备,他们都只会在内心自我消化,与自己对话,消解一些他们认为较为可怕的负面情绪。次一级的是亲密的朋友,这些朋友大多来源于现实生活中,对这些朋友,青年用户会使用多个媒体社交平台与之进行联系和互动,将自己在不同平台之间的摇摆行为与形象公开给自己的亲密好友。在这种情况下,青年用户展现出来的是多元的自我,不仅限于一种单一形象。他们会将自己的喜怒哀乐共享给朋友,并且较为活跃地和朋友在社交平台上进行点赞、评论等互动行为。再次一级的是线上好友,青年用户与这些线上好友在现实生活中并无交集,往往是基于某种观点或者爱好聚集在一起。通常的互动话题局限于某种兴趣爱好的交流,不太会涉及一些日常生活中的事情。这种线上好友的交往,是青年用户选择性呈现形象的结果。在某一个平台上,他们只发表与自己兴趣爱好相关的内容,不怎么发表真实的情感状态。

最后是被忽视的陌生人。针对网络上的陌生人,绝大部分受访者都表示出了一致的观点与看法:陌生人作为“观众”,是被边缘化的,在不知道自己信息的情况下,他们不会考虑陌生人对自己的看法。因此,青年用户会选择隐私性高的社交平台,在上面发布更私密、更开放的观点与内容。譬如受访者 F02(见表 1)就谈到,他作为学校的一个行政老师,在生活中还有微信上表现出来的形象都比较正经,斯文,有经营自己的形象。但在微博上会发一些吐槽,在推特上就更加大胆,开放,在交友上更放得开,甚至发一些和性相关的动态。因为在外网上,没有人认识,不用考虑现实的影响。此外,绝大部分人都创建了一个甚至多个小号,主要集中在微信、微博、QQ 这三个社交平台。小号没有人认识,不会被朋友发现,无论是浏览还是发言,会更加轻松,也更有安全感,陌生人也不认识自己,没有理由关注自己。

面对熟人社会环境,青年用户在现实与社交平台上会有意识地控制自己的言行举止,以此维持现有的社交关系。而小号的存在相当于一个私密的个人空间,不用在意熟人和网友的看法,网络上的陌生人可以被忽视,因而在只有陌生人的平台上,青年用户会更加大胆,发表的言论也更为激烈,呈现出来的形象也更加贴近内心的自我。

5.3. “监视文化”的出现

在互联网出现之前,人们只能在现实中交往,同周边的人交流情感,互通消息。对于异地的朋友,只能以书信或者电话往来,不仅路途遥远,耗时费力,而且不能频繁往来,及时沟通。而在互联网时代,社交平台的出现突破了空间与时间的限制。人们可以随时随地与相隔数万里的远方好友实时交流,获得更多的交流机会;也可以及时表达自己的想法,结交更多兴趣相投的朋友。人们的交往圈子扩大了,交往的圈层更明显了,受到的反馈与关注也更多了。但是相应地,用户的个人隐私却受到了挑战。平台的透明化和推荐机制让用户的信息更容易被他人看见,即使用户有意地进行印象管理,采取删除信息、调整可见内容的时间范围,以及创建小号、寻找隐私性高的平台等措施,也存在着被现实生活中的人发现的危险。访谈过程中,不少受访者表达了被人发现账号的担忧与困扰。

青年用户在使用社交媒体时,存在着被发现的担忧,这种担忧是对于私人领域被侵犯,个人空间被踏足,自我形象被破坏的反应。由于社交媒体的开放性以及各平台间的相互关联,加之同城推荐、城市

定位等功能的应用,个人隐私泄露变得不可控制,“前台”与“后台”的区隔变得模糊起来。青年用户将之作为个人空间的平台与作为公共空间的平台会出现交集,对于这种交集,大部分被访者呈现出不希望被发现但发现了也没办法的无奈态度。社交平台成为他们日常交往的一部分,放弃使用是不可能的。当一个平台出现被人发现与监视的情况,青年用户倾向于通过阵地的转换,来维持自己的形象管理。可以说,青年用户对于自身隐私界限被打破的容忍度变高了,反之,社会空间的隐私性在降低。甚至可以说,为了维护自己的某个形象,青年用户会自主地曝光一些私人信息,来获取社交互动与反馈。

6. 角色形象危机:舞台表演的崩溃

在印象管理过程中,用户对于自己塑造的形象既有过不成功的担忧,又有过改变的想法。大部分受访者在描述中,都提到过害怕、不舒服、疲惫感等字词,他们注重自己的形象管理,但又无法避免地出现社交行为与内心想法相背离。这种背离带来的后果是形象改变的艰难与社交的疲倦。

6.1. 形象转变的困境

戈夫曼在《日常生活中的自我呈现》中提到,社会互动在相遇的一开始,个体更容易对他要求别人对待他的方式以及他自己对待其他在场者的方式进行选择,但是,在互动开始以后,再要改变正在进行中的对待方式就没那么容易了^[11]。青年用户在使用社交平台时,会下意识进行形象预设与社交行为控制,当形象塑造开始后,想改变这种形象却存在诸多考虑与困难。

受访者 F01(见表 1)提到:“我有给自己的小红书定位,想做心理健康普及的账号,也发了一些相关的文章,有过点赞和评论,当时是很开心的。但是发现分享自己的日常,就没什么人看了,固定更新文章对我来讲压力也很大,就没做下去,后面小红书就主要用来刷视频了。”当用户想转变自己账号形象时,不得不考虑这种行为带来的社交后果。虽然在社交平台中,人们可以依托平台技术将不同的关系圈分割,例如通过朋友圈分组、设置权限屏蔽等,但这种机械化与扁平化的设置无法满足用户的社交需求,发生在“扮演者”与“观众”之间的误解经常发生,大号小号切换带来的情景混乱也让用户小心翼翼,需要比过去更加谨慎,防止表演的崩溃。在这样的环境下,用户的社交行为受到了层层束缚。社交平台之间的互联互通,更是增加了这种被人看破的风险性,为了减少表演崩溃的风险,青年用户会尽量减少自身敏感信息的呈现,选择可以被大多数接受的内容发布,以防最深处的不堪与私密被公开,打破个人塑造的社会形象。

6.2. 平台交往的疲倦

多样化的平台社交,能够带来丰富的互动体验、不同类型的信息满足,以及特征各异的角色扮演。但在多个社交平台摇摆,不断获取新的信息,进行重复性的社交互动,会使得青年用户产生社交疲倦。这种疲倦不仅作用在心理层面上,而且体现到了实际行动中。互联网时代的庞大信息流,让用户在呈现自己的同时,不免受到别人印象管理的影响,在主动地发布信息时,也会被动地看到他人发的动态。主动的交往与被动的互动,使得用户不断在多个社交平台来回奔波,在人际交往上花费了很多时间,做了很多重复性的事情。日复一日,社交的频繁与压力让用户产生了社交疲倦,做出屏蔽信息、卸载平台、放弃管理等行为,角色的扮演也因此崩溃。

7. 结论

综上所述,青年用户依托社交媒体这一“舞台”,扮演不同的角色,塑造多元形象。在角色扮演过程中,用户根据亲密等级的划分,向不同的“观众”呈现不同的人设,进行着印象管理。在平台互联互通的作用下,“观众”作为不可控因素,可能会发现用户的其他形象,用户也无时无刻不受到他人的关注与

监视。在印象管理的长期压力下,社交疲倦时有发生,用户往往采取逃避行为,进行短时间的交往断连,感觉再次需要网络交往时,再进行互动。也就是说,用户的形象呈现是矛盾而复杂的,不是绝对静止的状态,也不是绝对的单一形象,而是动态的、变化的,这种动态的形象呈现基于用户的个人心理,也是用户面对外界进行社会交往的方式的不断调整与适应,以实现自我需求。

参考文献

- [1] Tandoc, E.C., Lou, C. and Min, V.L.H. (2018) Platform-Swinging in a Poly-Social-Media Context: How and Why Users Navigate Multiple Social Media Platforms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **24**, 21-35.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy022>
- [2] 董晨宇, 丁依然, 段采蕙. 作为复媒体环境的社交媒体: 中国留学生群体的平台分配与文化适应[J]. 国际新闻界, 2020, 42(7): 74-95.
- [3] 李媛媛. 数字游牧民: 复媒体环境中的社交媒体平台摇摆研究[J]. 当代青年研究, 2022(3): 27-34+98.
- [4] 薛可, 何佳, 王宇澄. 自我呈现与公共参与: 基于社会互动理论的探索性研究[J]. 当代传播, 2017(6): 21-25.
- [5] 周源源. 拟剧理论视域下大学生微信自我呈现研究[J]. 思想理论教育, 2016(9): 84-88.
- [6] 王长潇, 刘瑞一. 网络视频分享中的“自我呈现”——基于戈夫曼拟剧理论与行为分析的观察与思考[J]. 当代传播, 2013(3): 10-12+16.
- [7] 翁旭东, 姜俟. 一种隐蔽的展演劳动——音乐流媒体平台中的自我展演与数字劳动[J]. 新闻记者, 2021(12): 68-80.
- [8] Waterloo, S.F., Baumgartner, S.E., Peter, J. and Valkenburg, P.M. (2017) Norms of Online Expressions of Emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and Whatsapp. *New Media & Society*, **20**, 1813-1831.
<https://doi.org/10.1177/1461444817707349>
- [9] 廖圣清, 李梦琦. 社交媒体中关系强度、自我呈现动机与用户转发意愿研究——以微信的新闻转发为例[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(6): 149-156.
- [10] 陈凤茹. 复媒时代下的人设变迁——浅析移动社交平台对用户自我呈现的影响[J]. 视听, 2020(7): 178-179.
- [11] [美]欧文·戈夫曼. 日常生活的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2016: 17.